当下传统媒体如何提升传播力

薛晨丹
（内蒙古广播电视台，内蒙古 呼和浩特 010050）

摘　要：融媒体时代给传统电视媒体的发展带了巨大挑战。产品的质量虽然是电视媒体的生存之本，但是其传播力的提升对传统电视媒体实现新时期的创新和发展有着巨大的推动作用。融媒体时代用户获取信息的方式和途径更加多样化，而且其生活习惯、阅读习惯、信息获取习惯等均发生了很大变化。因此结合当代融媒体时代特点和人们的信息需求特点等，实现传统电视媒体的创新和发展是必然趋势。本文主要以电视媒体为切入点分析当下提升传统媒体传播力的重要性和当下传统媒体提升传播力的主要方向，研究其具体的实施策略。

关键词：传统媒体；电视媒体；媒体融合；传播力；公信力　　**中图分类号：**G220　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）06-038-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.06.008
本文著录格式：薛晨丹．当下传统媒体如何提升传播力 [J]. 中国传媒科技，2021（06）：38-39，45.

引言

传统形式的电视媒体在过去很长一段时间内是人们获取信息的重要途径之一，其有着严格的节目审核管理制度，因此其在节目内容的质量和公信力方面具有极为明显的优势。但是随着我国经济和科技的发展，融媒体时代到来，人们获取信息的途径和方法不断增加，互联网时代使海量信息的传播不再受时间、地点等因素的限制，特别是当下自媒体时代，人人皆可成为信息的发布者。随着受众人员的要求不断提升和新媒体的不断兴起，电视媒体受到了极大挑战。因此想要突破瓶颈，实现电视媒体在当下的创新发展和转型就必须注重其传播力的提升。

1. 当下提升传统媒体传播力的重要性

传统媒体一直以来是我国的主流媒体，对引导我国人民群众的主流思想、社会价值观、弘扬正能量、提升广大社会团体的凝聚力等有着重要的信息传播和思想指导作用。传统形式的电视媒体向来是中国共产党宣传党的事业和进行我国文化建设的重要途径和信息载体。因此在新时代的当下，研究提升传统媒体传播力，对弘扬中华民族优秀传统文化、开展新时期文化建设以及实施对外信息传播均有着重要作用，其主要表现在以下几方面：一是，提升传统媒体传播力是当下电视媒体的生存需求。[1] 随着人们生活节奏的加快，受众群体获取信息的时间和精力等存在一定的限制作用，各媒体之间的竞争更加激烈。信息传播的快捷、内容丰富等是导致电视媒体受众群体流失的重要原因。根据有关报道数据表明近年来电视媒体的受众数量持续下降，且目前的受众群体多呈现老龄化趋势，已经在很大程度上对中青年群体失去了吸引力。二是，提升传统媒体传播力是进行我国主流思想传播的需求。电视媒体是中国共产党宣传事业的主要阵地之一，肩负着宣传党和国家政策的重要职责，是弘扬我国社会正能量和主流思想的重要途径。当下互联网信息存在着良莠不齐现象，很多虚假消息、反动信息、低俗信息等不断充斥其中，扭曲了受众群体的三观，因此为了更好地发挥电视媒体的宣传作用，提升其信息传播力成为重要发展方向。三是，提升传统媒体传播力是进行我国文化建设的需求。电视媒体是我国进行文化建设的重要途径，其具有弘扬文化、传承教育、服务社会以及推动文化进步的作用。提升电视媒体的传播力，提高其信息采集力、节目制作水平，拓展受众群体范围等是满足我国人民日益增长的精神文化需求，推动我国文化建设和进步的重要载体，同时也是我国社会主义价值观念的重要传播途径。四是，提升传统媒体传播力是提升我国对外宣传能力和软实力的需求。电视媒体作为我国的主流媒体，还肩负着对外文化宣传的责任，是我国文化建设软实力的重要表现。特别是对于当下获取更多的国际话语权有着重要作用，当下国际信息的传播出现了激烈的竞争，电视媒体是我国的主流媒体，是实现我国文化与世界文化交流和沟通的重要桥梁，同时也是向世界各国人民展现中华优秀传统文化的重要载体，是我国对外发声的重要渠道。因此，提升电视媒体的传播力，是我国加强对外宣传、塑造我国党和政府的形象的重要方法和途径。由以上内容的分析和阐述可以看到在当下，提升电视媒体的传播力，是发挥其自身具有的党的事业和国家方针政策的宣传职责以及我国文化建设的重要需求，同时也是引导我国人民群众树立正确三观的重要途径。[2]

2. 当下传统媒体提升传播力的主要发展方向

2.1　当下媒体传播力具有多层表现方式

媒体通过利用自身信息平台，将自身采集的相关信息资源以不同形式通过不同渠道进行传播，并带动广大受众群体形成一定的信息观念、行为习惯以及思维方向等，使自身信息起到一定的影响作用。媒体传播力主要包含信息传播所达之处、信息传递的速度、信息传播的力度和相应的信息传播效果等多层表现。媒体传播力从其表面意思也可简单理解为将媒体所获得的信息进行传

播，进而产生一定的影响力。

2.2　当下电视媒体自身的传播形式多样化

在各种新媒体不断涌现，进而形成融媒体时代的当下，传统电视媒体受到了巨大冲击，面临挑战的同时也遇到了多样化发展的机遇。因此想要实现传统电视媒体在当下的发展和进步就必须不断创新，其主要方式之一就是实现传播形式的多样化。当下很多电视台已经结合新媒体所具有的更加快捷、广泛的传播形式实施了自身的改革和创新，并且取得了不错的效果。电视媒体实现自身传播形式多样化过程中必须重视互联网信息科技的利用，可以通过结合当下受到广大受众群体青睐的微信、抖音、各种小视频 App 等常见的信息平台，来开设自己的账号，实现和广大受众群体之间更多的交流和互动。吸引更多受众人群的同时，还可通过大数据技术获取到更多信息资源和信息导向有关的数据等，进而为提升自身节目质量和信息内容等提供更加科学有效的依据。

2.3　当下电视媒体的传播力具有多元化的发展趋势

在当下实现传统电视媒体传播力的提升不仅需要开辟更多的信息发布渠道，还需要结合社会发展特点和受众群体的信息需求，提升自身节目质量、拓展节目内容、提升自身品牌效应、提高信息公信力等，实现传播力的多元化发展。始终坚持将信息内容作为第一推动力，通过多渠道获取到最新信息内容，进行相关内容的整合，在进行信息发布过程中注重自身职责的体现，表现出作为主流媒体应有的责任感和影响力。同时为了获取更多关注人群，还可结合当下青年人喜爱的综艺节目等，创新更多题材新颖的电视节目。总之，传统电视媒体传播力的提升要具有更加全面和广泛的发展眼光，充分发展自身优势的同时还要提升服务意识，给更多受众群体提供多元化的信息服务。[3]

3. 当下传统媒体提升传播力的实施策略研究

3.1　构建融合型新型电视媒体

随着互联网信息的发展和新媒体的不断涌现，传统电视媒体自身的影响力下降，很多电视节目的收视率受到了较为严重的影响。在融媒体时代的今天，提升传统电视媒体的传播力，就必须充分结合现状问题进行针对性的解决。构建新型电视媒体已迫在眉睫，实现电视媒体的转型过程中，最重要的还是获取更多的受众群体，一方面将传统电视媒体的受众群体转化成新型电视媒体的用户。需要通过建立相应的数字传播媒体的方式，创建移动客户端，使广大用户可以通过手机、电脑等移动终端设备进行电视节目的观看。建立自身的主页网站，并在网站上发布相关信息内容、设置节目观看渠道、建设用户信息反馈平台、加强客服管理等，可以拓宽信息发布的渠道，增加受众群体观看电视节目的途径，使传统电视媒体中所受到的时间、设备及地点的限制问题得到解决，扩大受众群体的范围，获取更多的用户反馈信息，良好的客服平台更好地体现出了以用户为中心的发展原则等。比如通过建设自身网络平台，很多用户可以通过电脑和手机在相关网站进行节目观看，同时，可以通过扫描二维码、微信公众号等获取更多信息的同时，还可进行相关意见和建议的反馈，信息内容可以通过音视频、图片、动态图、文字等形式进行传播。[4]

3.2　注重自身公信力的提升

传统电视媒体相较于新兴媒体而言，其最大的优势就是其具有其他新兴媒体无法相比的公信力，电视媒体是我国主流媒体，其担负着弘扬中华优秀传统文化、宣传党和国家的政策方针、引领主流思想、宣扬社会正能量以及对外交流等重要的社会和国家责任，因此，其信息内容具有更高的权威和公信力特点。提升新型电视媒体的传播力，必须重视新闻信息题目的选择、内容的制作、传播形式的设计等，通过合理的设计实现新闻信息的有效传播，充分发挥出新闻信息价值，使其产生更深的影响作用。比如在新闻选题方面，需要选择更能引起人们关注的课题，在进行新闻内容整合过程中通过更具引导性的方式和思想，使新闻价值得到更大发挥，进而起到指导和引领思想的作用，提升了公信力也提升了传播力。在进行新闻内容的制作过程中，也要注重新闻信息的篇幅、重点、逻辑等编辑水平，避免信息混乱、无法区分重点等，降低新闻质量。在涉外新闻信息的发布方面，要注重观点的表达，运用不卑不亢、冷静的态度处理国际新闻信息事件，提升我国文化软实力。

3.3　加强自身品牌的建设

品牌建设同样是提升电视媒体传播力的重要途径和方法，其品牌建设特点不仅仅体现在沿用传统形式下的台标、宣传片以及主持人形象建设等方面，在新型电视媒体建设过程中还必须充分体现出以广大受众群体为中心的信息服务宗旨，通过和受众群体之间保持更加密切的联系，使其在获取新闻信息、观看电视节目过程中更好地感受到精神享受和文化提升。比如通过建设品牌效应，创建一档更具引导性和影响力的节目，如《舌尖上的中国》在播出之后受到了各个层次的观众的喜爱，不仅为观众提供了一场美食之旅，还从节目中带领人们领略了祖国各地的饮食文化、精神传承，充分发挥出了主流媒体具有的弘扬文化作用。还有一些综艺节目的制作，获取了大批的追捧者，促进了受众群体的扩大，提升了自身品牌效应，提升了节目收视率，实现了创新发展。[5]各电视台在进行当地新闻信息制作和播报过程中，利用社会热门事件、新媒体语言等方式进行信息的传递、观点的发表，使新闻信息传播方式更加符合现代观众的需求，进而提升了新闻信息的影响力。新型电视媒体进行品牌建设，需要结合自身特点、通过更多形式和内容来提升信息的影响力和获取更多用户，进而提升电视媒体传播力。

3.4　实现节目互动管理的创新

信息互动是新媒体时代的重要特征之一，因此提升传统电视媒体传播力过程中必须重视和观众之间的沟通和交流。通过直播、短信、热线等方式提供更多的交流平台，并且要加强客服管理工作，使广大用户的意见反馈等得到相应的回应，提升信息服务质量，同时结合相

（下转第45页）